

オンラインギフト方法

Field of the Invention

本発明は、相手の欲しい物又は好みの物を贈答することができるオンラインギフト方法、及び、仮想空間を利用したオンラインギフト方法とオンライン販売方法に関する。

Description of the Prior Art

従来、ギフト商品を贈答する場合、贈答人は、被贈答人と過去に会話した内容を基にして、欲しい物又は好みの物と思われる商品を贈答していた。また、欲していない物を送って被贈答人に迷惑をかけないためには、無難な物を贈答するしかなかった。

また、近年、インターネット等の通信ネットワークを利用する利用者が増加しており、ギフト商品の贈答方法においても、このような通信ネットワークを利用した方法が行われている。

しかしながら、このような従来からの贈答方法では、贈答人は、被贈答人が本当に欲している商品や好みの商品を、被贈答人に確認しなければ、贈答することができない。また、被贈答人の趣味や好みのものなどを知っていても、その分野の詳細なことまで分からないと、被贈答人に気が利いたギフト商品を贈答することができない。

従って、本発明の目的は、通信ネットワークを利用してギフト商品を贈答するシステムにおいて、贈答人もしくは被贈答人が登録した被贈答人の登録情報を基にして、贈答人がギフト商品を選択して贈答することができるオンラインギフト方法を提供することにある。

更には、贈答人と被贈答人が、通信ネットワークを利用した仮想空間と、当該仮想空間内において各利用者毎に定義されたシンボルとを共有しており、この仮想空間内でオンラインギフト方法を提供することにある。

Summary of the Invention

本発明では、鋭意検討の結果、通信ネットワークを利用してギフト商品を贈答する方法であって、

贈答人もしくは被贈答人が登録した被贈答人に関する被贈答人情報に基礎づけられたところのたギフト商品取扱い業者が提供する当該被贈答人に対する好適なギフト商品に関する好適商品情報を選択情報として、

贈答人が被贈答人に対するギフト商品を選択して贈答するオンラインギフト方法を採用した。

従って、本発明では、被贈答人が自ら登録した登録情報を基にして、贈答人がギフト商品を選ぶことができるため、贈答人は被贈答人の欲しい物又は好みの物を贈答することができる。そのため、贈答人が被贈答人にどのような物が欲しいか聞かなくても、被贈答人の欲しい物又は好みの物に関する最新の情報を得て、ギフト商品を選択して贈答することができる。従って、贈答人は被贈答人に対して、全く知られることなく、当該被贈答人の欲している物又は好んでいる物を贈答することができる。

贈答人が、被贈答人に関する被贈答人情報を登録することにより、ギフト商品取扱い業者がその被贈答人情報を基にして被贈答人に対する好適なギフト商品を選んでくれるので、贈答人は、気の利いた商品を贈るために種々の商品の中から探さなくても、被贈答人に気の利いたギフト商品を贈答することができる。

また、贈答人は最近被贈答人と会話をしていなくても、現在被贈答人が欲している物又は好んでいる物を知ることができるため、被贈答人が忙しくて又は遠距離で離れていて最近連絡が取れない場合でも、被贈答人にとって好適な物を贈答することができる。

特に、通信ネットワークを利用しているので、贈答人は、通信ネットワークに接続することができる機器（以下、「ネット接続機器」と称する場合がある）を用いて、家に居ながらであっても、或いはあらゆる場所であっても、被贈答人が欲している又は好んでいるギフト商品もしくは贈答人に気の利いたギフト商品を選んで贈ることができる。そのため、ギフト商品を取り扱っている店舗に足を運ぶ必要はない。また、注文する時間にも制限はなく、24時間いつでも

も注文を行うことができる。

また、通信ネットワークを用いているので、被贈答人の登録情報を速やかに得ることができる。また、登録された被贈答人情報によりギフト商品取扱い業者が、被贈答人への好適なギフト商品情報である好適商品情報を提供してくれる。しかもギフト商品の注文も速やかに行うことができる。

一方、被贈答人もしくは贈答人は、通信ネットワークを用いて登録を行うことができる。そのため、地理的制限や時間的制限が全くなく、ネット接続機器を用いて、いつでも登録を行うことが可能である。

本発明のオンラインギフト方法では、被贈答人の登録情報に、趣味、欲しい物、好みの物、好みの色又は模様、興味ある物、最近の予定、記念日、家族構成、性別、年齢から選択された少なくとも1つの情報が少なくとも含まれていることが好ましい。

特に、本発明のオンラインギフト方法では、ギフト商品取扱い業者が、被贈答人に関する記念日前に、当該被贈答人の登録情報を基にして選択した好適なギフト商品情報を、前記記念日情報とともに、贈答人に電子メールを用いて提供することが最適である。このような形態を有していると、贈答人は、被贈答人の記念日を忘れていても又は知らなくても、記念日情報とともに、現在被贈答人にとって好適なギフト商品情報を得ることができ、その記念日に被贈答人にとって好適なギフト商品を贈答することができる。

本発明では、通信ネットワークを利用してギフト商品を贈答する方法であって、少なくとも1人の贈答人を含んでいる複数の利用者が、通信ネットワークを利用した仮想空間と、当該仮想空間内において各利用者毎に定義されたシンボルとを共有しており、この仮想空間内で複数の利用者がメッセージを交換することにより、利用者のうちの少なくとも1人の贈答人が被贈答人に対するギフト商品を選択して贈答するオンラインギフト方法を採用することもできる。

従って、本発明では、利用者同士は、実際に顔を合わせなくても、あたかも会っているかのように会話をしながら、贈答人はギフト商品を選んで、被贈答人に贈ることができる。

本発明では、仮想空間に仮想店舗が少なくとも設けられており、当該仮想店

舗を利用して、贈答人が被贈答人に対するギフト商品を選択して贈答するオンラインギフト方法が好ましい。このように、コンピュータ等のネット接続機器上の画面に、仮想店舗が設けられていると、利用者みんなで買い物をしているような雰囲気ギフト商品を選択することができるため、より一層楽しくギフト商品を選ぶことができる。

特に、本発明のオンラインギフト方法では、少なくとも1人の贈答人を含んでいる複数の利用者のうち、少なくとも1人の利用者が被贈答人であることが好ましい。このような形態であると、贈答人と被贈答人とが一緒に買い物をしていることと同様であり、被贈答人の欲しい物を、贈答人は贈ることができる。

利用者の形態に応じて、様々な利用形態が考えられる。例えば、複数の利用者の人数が2人であり、当該利用者が恋人同士であることが好ましい。利用者同士が恋人同士であると、実際には離れていても、現実に出会っているかのようにデートをして、一方の利用者から他方の利用者にギフト商品を贈ることができる。

利用者がお見合いをしている男女である場合も好適である。特に、ギフト商品取扱い業者が、交換し合っているメッセージを基にして、各利用者に対する好適なギフト商品を選択し、ある利用者に対する好適なギフト商品情報を他の利用者に提供するオンラインギフト方法が好適である。このように、ギフト商品取扱い業者がお見合い中の会話からその人の趣味や好みのもの等を求めて、その人に適したギフト商品を選択して、その人に好適なギフト商品情報を他の人に提供する形態であると、ギフト商品情報を提供された利用者である贈答人は、そのギフト商品情報に係る利用者である被贈答人に喜ばれるギフト商品を送ることができるため、そのお見合いが成功する可能性が高まる。

被贈答人が贈答人と同時に通信ネットワークに接続できないときや複数の贈答人であるが互いに知らないなときなどは、通信ネットワークを利用してギフト商品を送答する方法であって、

利用者が、通信ネットワークを利用した仮想空間と、当該仮想空間内において各利用者毎に定義されたシンボルとを共有しており、

前記利用者は前記仮想空間内で気に入ったギフト商品を選択してもらうため

[illegible]

被贈答人は前記記憶媒体を用いて、ギフト商品群の中から気に入ったギフト商品を選択してそのギフト商品情報をギフト商品取扱い業者に通信ネットワークを利用して送信し、

前記利用者である贈答人が被贈答人にギフト商品を贈答するオンラインギフト方法を採用することができる。

本発明では、仮想空間に仮想結婚式場が少なくとも設けられており、当該仮想結婚式場内部に入り体験することができる。

特に、CD-ROMを用いているので、商品の情報をより詳細に得ることができる。例えば、マウスによってクリックする方法などの選択方法によって、商品のいずれかの所定の表示位置を選択すると、商品の詳細な説明や画像が表示される構成を採用することにより、より簡単にすばやくその商品の詳細な説

明や画像を見ることができるようになる。

また、CD-ROMのデータの表示にネット接続機器を用いていると、そのままギフト商品取扱い業者に気に入ったギフト商品の情報を送信して、注文することができる。

従って、被贈答人は、ギフト商品の選択及びその注文を、ネット接続機器上で行うことができる。

ギフト商品取扱い業者は、贈答人からギフト商品を送りたい旨の注文を、通信ネットワークを介して受けると、注文されたギフト商品群の情報をＣＤ－ＲＯＭにデータとして含有させて、そのカタログデータＣＤを指定された被贈答人に送ることにより、被贈答人に、贈答人からギフト商品の注文を受けている旨を知らして、そのギフト商品の情報をカタログデータＣＤとして渡すことができる。そして、被贈答人から気に入ったギフト商品情報を受けると、そのギフト商品を被贈答人に送ることにより、ギフト商品を被贈答人に渡すことができる。

本発明では、仮想空間に仮想店舗が少なくとも設けられており、当該仮想店舗を利用して、贈答人が被贈答人に対するギフト商品を選択して贈答するオンラインギフト方法が好ましい。このように、コンピュータ等のネット接続機器上の画面に、仮想店舗が設けられていると、カップルで買い物をしているような雰囲気引き出物を選択することができるため、より一層楽しく引き出物をギフト商品を選ぶことができる。

また、本発明のオンラインギフト方法では、CD-ROMには被贈答人情報が含まれており、ギフト商品情報とともに被贈答人情報もギフト商品取扱い業者に送信されることが好ましい。このように、カタログデータCDに被贈答人情報がデータとして含まれていると、被贈答人がギフト商品取扱い業者にギフト商品情報を送信して注文するときに、被贈答人が自分自身の情報を入力する必要がない。そのため、被贈答人の煩わしさを大幅に低減することができる。

本発明では、CD-ROMにはギフト商品取扱い業者に関する電子メールアドレス情報を含む送信情報も含まれており、CD-ROMに含まれているデータをコンピュータに係る画面上に表示して、気に入ったギフト商品を選択する

と、この送信情報により、そのギフト商品情報を含む電子メールがギフト商品取扱い業者に通信ネットワークを利用して送信されるオンラインギフト方法が好適である。このように、カタログデータCDにギフト商品取扱い業者の電子メールアドレス情報を含む送信情報が含まれていると、被贈答人は単に気に入った商品を選択するだけで、その気に入ったギフト商品情報をギフト商品取扱い業者に送信することができる。従って、このような形態であると、被贈答人の煩わしさを一層低減することができる。

また、本発明のオンラインギフト方法には、CD-ROMには、贈答人から被贈答人へのメッセージであるメッセージ情報が含まれていることが好ましい。このように、カタログデータCDにメッセージ情報が含まれていると、贈答人からのメッセージを被贈答人に伝えることができる。

本発明に係る方法は贈答以外にも、利用者に商品を販売する方法にも採用できる。すなわち、仮想空間で様々な場面を疑似体験しながら、利用者が商品購入を楽しむことができる。

すなわち、通信ネットワークを利用して、出産に関連する商品の販売方法であって、通信ネットワークを利用した仮想空間内で、単数又は複数の利用者が各利用者毎に定義されたシンボルを有しており、この仮想空間内で各利用者毎に定義されたシンボルが出産前後を含む出産過程を経験することにより、各利用者が少なくとも出産前後に必要な商品を確認しつつ出産関連商品を購入するオンライン出産関連商品販売方法を採用することもできる。

従って、本発明の販売方法では、利用者は、実際に出産を経験していなくても、あたかも出産前後を含む出産過程を経験しているかのように、出産過程を経験しながら、少なくとも出産前後に必要な出産関連商品を確認することができる。そのため、実際に出産前後に必要な商品を利用しつつ、出産関連商品を購入することができる。

本発明の販売方法では、利用者として、妊婦、または妻が妊婦である夫婦を対象にしていることが好ましい。妊婦、または妻が妊娠中である夫婦は、出産を控えているため、出産についての不安を有しているとともに、出産に際していずれの商品を購入する必要があるかについても不安を有している。そのため、

仮想ではあるが、妊婦、または妻が妊婦である夫婦が、それぞれに対して定義されたシンボルが仮想空間内で出産過程を体験することにより、実際に何が必要か体験しながら、出産に係る商品を選ぶことができると、妊婦、または妻が妊婦である夫婦にとって、出産についての不安とともに、出産に際して必要な商品の購入についての不安を、低減させることができる。

本発明の販売方法では、仮想空間に仮想店舗が設けられており、当該仮想店舗を利用して、利用者が出産関連商品を選択して購入するオンライン出産関連商品販売方法が好ましい。このように、コンピュータ等のネット接続機器上の画面に、仮想店舗が設けられていると、利用者が出産を体験しながら、実際に買い物をしているような雰囲気、出産関連商品を選択することができるため、より一層楽しく出産関連商品を選ぶことができる。

特に、出産関連商品取扱い業者が、複数の利用者が交換し合っているメッセージを基にして、各利用者に対する好適な出産関連商品を選択し、当該好適な出産関連商品を各利用者に提示するオンライン出産関連商品販売方法が好適である。このように、出産関連商品取扱い業者が出産過程を体験中の会話から、利用者が今どの商品を望んでいるのかを求めて、その利用者が望んでいる商品を選択して、利用者に好適な出産関連商品情報を提供する形態であると、出産関連商品情報を提供された利用者は、どの商品が必要なのかが分からなくても、必要な商品が提示されるため、容易に必要な出産関連商品を認識することができる。従って、利用者に出産関連商品の購入を促進させることができ、出産関連商品の販売増加を図ることができる。

Brief Description of the Drawings

Fig.1 本発明に使用されるチャットシステムの構成例を示す図である。

Fig.2 本発明に係るオンラインギフト方法の一例を示すフロー図である。

Fig.3 本発明に係るオンラインギフト方法において、仮想空間で会話を行い、仮想店舗に入るまでの画面の例である。

Fig.4 本発明に係るオンラインギフト方法において、仮想空間で会話を行い、仮想店舗に入るまでの画面の例である。

Fig.5 本発明に係るオンラインギフト方法において、仮想空間で会話を行い、仮想店舗に入るまでの画面の例である。

Fig.6 本発明に係るオンラインギフト方法において、仮想空間で贈答品の贈答を行っている画面の例である。

Fig.7 本発明に係るオンラインギフト方法において、仮想空間で贈答品の精算を行っている画面の例である。

Fig.8 本発明に係るオンラインギフト方法の一例を示すフロー図である。

Fig.9 本発明に係るオンラインギフト方法の一例を示すフロー図である。

Fig.10 本発明に係るオンライン商品販売方法の一例を示すフロー図である。

Description of the Preferred Embodiment

以下、本発明を図面に基づいて詳細に説明する。図1は本発明に係る方法を実現するためのネットワークの一例である。図1において、1は通信ネットワークでインターネットやイントラネットが好適である。2はサーバーでギフト商品取扱い業者により運営されている場合が多い。3Aは贈答人のネット接続機器、3Bは被贈答人のネット接続機器である。ネット接続機器は、パソコンなどが好適である。

贈答人又は被贈答人は、被贈答人に関して、氏名又は名称、住所又は居所、電話番号、電子メールアドレス、クレジットカード等のカード情報の他、趣味、欲しい物、自分の好み（例えば、好みの物、好みの色又は模様など）、興味ある物、最近の予定、記念日、家族構成などを登録することができる。登録された情報はサーバー2に保存される。登録は、電子メールやブラウザ画面上で行う方法が好ましい。

贈答人は、贈答人に関しては、氏名又は名称、住所又は居所、電話番号、電子メールアドレス、クレジットカード等のカード情報などを登録することができる。同様に、登録された情報はサーバー2に保存され、贈答品の代金の決済等に使用される。

本発明では、贈答人自身が登録し、このとき、贈答人が贈り物を贈りたい相手である被贈答人も登録していれば、当該被贈答人の登録情報をデータアドバ

イスとして用いることができる。すなわち、ギフト商品取扱い業者が当該被贈答人の登録情報を選択情報として、贈答人に好適なギフト商品を提案することが可能となる。

本発明では、被贈答人の登録情報を、贈答人自身の関連情報として取り込むことができる。すなわち、いわゆるマイカタログとして利用することができる。

なお、被贈答人の情報を登録すると、当該被贈答人専用のホームページが作成されてもよい。登録内容がホームページ上で変更可能となる。

本発明の方法では、ギフト商品取扱い業者は、被贈答人の記念日が近づくと、被贈答人の登録情報を選択情報として、当該被贈答人に対するお勧め商品を、贈答人に提案することができる。提案方法は、電子メールによる方法が好適である。また、電子メールの内容に当該お勧め商品が記載されているギフト商品取扱い業者のホームページのURLが記載されていてもよく、被贈答人のネット機器にインストールされた特定のソフトウェアが自動的に当該URLで特定されるホームページを閲覧することにより知らせる方法も可能である。

このようなお勧め商品としては、種々の情報を蓄積することにより、より豊富な商品群から当該被贈答人に適した好適な商品を提案することができる。

お勧め商品としては、1つの商品だけではなく、複数の商品からなる商品群を提案することができる。お勧め商品として、お勧め商品群が提案された場合、贈答人は、被贈答人が気に入るとされる商品群から、最も気に入ると考える商品を選択することができ、贈答人自身の考えもギフト商品の中に取り込むことができる。

また、贈答人は、商品の購入に際してメッセージの付加を申し込むことができる。このような形態では、ギフト商品取扱い業者がその商品を送る前に（例えば、商品の申し込みとともに）、利用者が商品に付けるメッセージをギフト商品取扱い業者に知らせることにより、メッセージ付のギフト商品を贈答人から被贈答人に贈ることができる。

なお、贈答人は商品に係るラッピングも選択することができる。特に、被贈答人の登録事項に好きな色や模様などが含まれていると、その商品に係るラッピングが被贈答人に適した色や模様のものであるとすることができる構成を採用する

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040	2041	2042	2043	2044	2045	2046	2047	2048	2049	2050	2051	2052	2053	2054	2055	2056	2057	2058	2059	2060	2061	2062	2063	2064	2065	2066	2067	2068	2069	2070	2071	2072	2073	2074	2075	2076	2077	2078	2079	2080	2081	2082	2083	2084	2085	2086	2087	2088	2089	2090	2091	2092	2093	2094	2095	2096	2097	2098	2099	2100	2101	2102	2103	2104	2105	2106	2107	2108	2109	2110	2111	2112	2113	2114	2115	2116	2117	2118	2119	2120	2121	2122	2123	2124	2125	2126	2127	2128	2129	2130	2131	2132	2133	2134	2135	2136	2137	2138	2139	2140	2141	2142	2143	2144	2145	2146	2147	2148	2149	2150	2151	2152	2153	2154	2155	2156	2157	2158	2159	2160	2161	2162	2163	2164	2165	2166	2167	2168	2169	2170	2171	2172	2173	2174	2175	2176	2177	2178	2179	2180	2181	2182	2183	2184	2185	2186	2187	2188	2189	2190	2191	2192	2193	2194	2195	2196	2197	2198	2199	2200	2201	2202	2203	2204	2205	2206	2207	2208	2209	2210	2211	2212	2213	2214	2215	2216	2217	2218	2219	2220	2221	2222	2223	2224	2225	2226	2227	2228	2229	2230	2231	2232	2233	2234	2235	2236	2237	2238	2239	2240	2241	2242	2243	2244	2245	2246	2247	2248	2249	2250	2251	2252	2253	2254	2255	2256	2257	2258	2259	2260	2261	2262	2263	2264	2265	2266	2267	2268	2269	2270	2271	2272	2273	2274	2275	2276	2277	2278	2279	2280	2281	2282	2283	2284	2285	2286	2287	2288	2289	2290	2291	2292	2293	2294	2295	2296	2297	2298	2299	2300	2301	2302	2303	2304	2305	2306	2307	2308	2309	2310	2311	2312	2313	2314	2315	2316	2317	2318	2319	2320	2321	2322	2323	2324	2325	2326	2327	2328	2329	2330	2331	2332	2333	2334	2335	2336	2337	2338	2339	2340	2341	2342	2343	2344	2345	2346	2347	2348	2349	2350	2351	2352	2353	2354	2355	2356	2357	2358	2359	2360	2361	2362	2363	2364	2365	2366	2367	2368	2369	2370	2371	2372	2373	2374	2375	2376	2377	2378	2379	2380	2381	2382	2383	2384	2385	2386	2387	2388	2389	2390	2391	2392	2393	2394	2395	2396	2397	2398	2399	2400	2401	2402	2403	2404	2405	2406	2407	2408	2409	2410	2411	2412	2413	2414	2415	2416	2417	2418	2419	2420	2421	2422	2
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	---

本発明では、複数の利用者同士の間でメッセージを交換する、いわゆる「チャット（おしゃべり）システム」等と称されているメッセージ通信システムを利用している。このようなメッセージ通信システムでは、仮想空間を設けることができる。そのため、前記メッセージ通信システムを用いると、仮想空間で、利用者同士がメッセージを交換して、あたかも会っているかのように会話を行うことができる。

本発明のオンラインギフト方法では、複数の利用者は、通信ネットワークを利用して、仮想空間を共有している。この仮想空間は、利用者の視覚的な観点において、平面又は立体的に構成することができる。

仮想空間としては、特に制限されず、例えば、日本国のいずれかの場所や、いずれかの外国のどこかの場所を表現した仮想の空間であってもよい。もちろん、仮想空間であるので、実際には存在しない仮想の空間であってもよい。例えば、仮想空間が仮想街（バーチャルタウン）であってもよい。このようなバーチャルタウンでは、仮想の店舗又は商店（単に「仮想店舗」と称する場合がある）が設けられていることが好ましい。

また、複数の利用者は、仮想空間内において各利用者毎に定義されたシンボル、いわゆる「アバター」と称されている各利用者自身の化身（シンボル）を共有している。

各利用者は、各自のネット接続機器で、それぞれの利用者に対応したアバターを操作することができる。例えば、仮想空間内でアバターを好きな場所に動

させることができる。また、文字や音声により、利用者に係るアバターを話させたりすることができる。利用者は、文字情報や音声情報を送信することにより、アバターを話させることができる。

このように、仮想空間内では、各利用者に係るアバターが動き、文字や音声により話すことができ、このアバターを用いて、利用者同士が会話を行うことができる。すなわち、利用者同士があたかも会っているかのように、利用者同士は会話をすることができる。

本発明に係るオンラインギフト方法に、利用者は予め登録していることが好ましい。この登録に際しては、アバターの種類も登録することができる。このように、予め登録することにより、各利用者に適したアバターを用いることができる。例えば、利用者が女性の場合は女性風のアバターを用いることができ、男性の場合は男性風のアバターを用いることができる。また、髪の毛が長い人の場合は、ロングヘアーのアバターを操作することができる。もちろん、アバターは化身であるので、利用者自身とは全く異なる容姿又はルックスのアバターも用いることは可能である。すなわち、各利用者の嗜好に合わせたアバターを用いることができる。

図2は、恋人同士が仮想空間でデートをしながら、一方が他方にギフトを贈答するときのフロー図である。図2において付している数字は各ステップを示す。(以下、フロー図において同じ)。

ステップ100では、複数の利用者が通信ネットワークに接続し、恋人である2人の利用者が共有された仮想空間で遭遇する。恋人同士が本発明のオンラインギフト方法を利用する場合、仮想空間には、男性の利用者が男性風のアバターを、女性の利用者が女性風のアバターを用いて、恋人同士のアバターとすることができる。そして、この恋人同士のアバターが、仮想空間としてのバーチャルタウン内で、手をつないで歩くことにより、恋人同士である利用者が、実際に会っていないにもかかわらず、デートしている感覚を体験することができる。もちろん、キスをすることも可能である。

ステップ110では、仮想空間において、利用者は、チャットをしたり、心理テストや相性占いなどを楽しんだりすることができる。仮想空間内で仮想店

舗に出くわしたり、利用者の一方が贈り物をしたいと感じられたときは、仮想空間内の仮想店舗に入り、贈答を行うことができる。図3は、仮想空間内で贈答人に係るアバターが贈答を行なう段階に入る所を示している。図3において、10は仮想空間を示す画面で、11はチャット画面である。

ステップ120及び130では、各利用者の情報が登録される。なお、各利用者の情報が既に登録されていれば、このステップは省略できる。登録事項として、例えば、趣味、嗜好、記念日、欲しい物、自分の好みや興味ある物などが好適である。

ステップ140では、利用者情報を基にして、被贈答人に適した商品情報や店舗情報が求められる。被贈答人の趣味や嗜好のみならず贈答人の趣味や嗜好をも加味した商品情報が求められる。

ステップ150では、当該利用者専用の専用の仮想店舗が作成され、利用者専用の仮想店舗に入ることができる。図4は、贈答人と被贈答人に専用の仮想店舗が作成されたところを示す。図5は、贈答人と被贈答人に専用の仮想店舗に入るところを示す。

ステップ160では、ギフト商品取扱い業者が、利用者がステップ110でのメッセージ交換している内容や相性占いの結果やアバターの心理学的特徴をを基にして、当該利用者達にとって適した商品を優先的に表示したり、お勧め商品を求めてもよい。あるいは、ステップ140において、得られた商品情報を限定したり拡張したりすることもできる。

また、利用者が仮想空間上で、ギフト商品取扱い業者が用意した質問事項(心理テスト、行動学的な質問、あるいは趣味・嗜好など)に答えることにより、当該利用者達にとって適した店を優先的に表示したり、お勧め商品を知らせたりしてもよい。

また、ギフト商品取扱い業者が利用者達に適した店を優先的に表示したり、お勧め商品を知らせたりする場合は、ギフト商品取扱い業者のデータベース(商品に関するデータベース、心理テストに関するデータベース、行動学に関するデータベースなど)を利用することができる。すなわち、当該ギフト商品取扱い業者が、過去に行った事例を基に更にお勧め商品を拡張もしくは限定するこ

とができる。

このような形態を採用することにより、複数の利用者にとって適した商品又はお勧めの店が表示され、当該利用者達が入りたいと思っている店がすぐに見つかる形態とすることができる。

この仮想空間内には、前述のように、仮想店舗（バーチャルストア）が設けられていることが好ましい。仮想店舗の種類は特に制限されず、各種の商品を取り扱った店舗とすることができる。すなわち、バーチャルタウン内では複数のバーチャルストアが設けられ、いろいろな商品を販売している形態を有していることが好ましい。

このように、仮想空間内に仮想店舗が設けられていると、恋人同士のアバターがデート中に仮想店舗に入ると、画面はその仮想店舗内の画面に変わり、仮想店舗内に設置されている仮想商品を、利用者は見ることができる形態とすることができる。したがって、ステップ170では、仮想店舗内で、恋人同士のアバターが動き、商品を手にとって、どの商品が欲しいのか会話しつつ、商品を選択することができる。

このとき、アバターが仮想商品を手に取ると、その商品の具体的な表示（文字、音声、写真、動画などによる商品説明など）が現れる構成とすることができる。そして、贈答したい商品もしくは贈答されたい商品が見つければ、ステップ200に進み、仮想空間での商品の贈答が行われる。贈答したい商品もしくは贈答されたい商品が見つからなければ、ステップ150に戻り、再度チャットが行われ、好適な商品が提案される。

ステップ200以降では、アバターによるいくつかの動作により仮想空間での商品の贈答が行われる。例えば、男性のアバターが女性のアバターに仮想商品を渡し、女性のアバターがそれを受け取ることにより、男性の利用者から女性の利用者にギフト商品を贈ることができる形態とすることができる。

すなわち、一方の利用者に係るアバターから他の利用者に係るアバターに仮想商品が渡され、渡されたアバターが仮想商品を受け取ると、ギフト商品取扱い業者が、渡した方の利用者にはその商品の代金を請求し、渡された方の利用者にはその商品を送ることにより、贈答人から被贈答人へのギフト商品の贈答

を行うことができる形態とすることができる。

具体的には、ステップ200では、贈答人が送りたい商品を手に取る。この時点で商品のデータが取得される。

ステップ210では、一方の利用者に係るアバターから他の利用者に係るアバターに仮想商品が渡される。渡されたアバターが仮想商品を受け取る。この時点で、贈答品の送り先（被贈答人の実際の住所など）が指定される。

ステップ220では、仮想商品を買物かごに入れ、その仮想商品をレジ（精算台）に置き、レジに商品を持って行き、精算などが行われる。この時点では、商品が決定され、商品価格が提示される。

さらに、被贈答人に係る利用者は、その商品に係るラッピングを指定することができる構成を採用することができる。また、贈答人に係る利用者は、商品の購入に際してメッセージの付加を申し込むことができる。すなわち、アバターである店員がラッピングやメッセージについて尋ね、贈答人や被贈答人が指定することより行われる。実際には、ギフト商品取扱い業者がその商品を送る前に、贈答人に係る利用者がラッピングや商品に付けるメッセージをギフト商品取扱い業者に知らせることにより、指定のラッピングでメッセージ付のギフト商品を贈答人から被贈答人に贈ることができる。

また、アバターである店員が被贈答人に受け取り日時を尋ね、被贈答人が答えることにより、実際の受け取り日時を指定することができる。これらの指定が終われば、店員は代金の合計を提示する。

ステップ230では、提示された合計金額に贈答人が了解すれば、贈答人のアバターは財布を出す動作を行う。この動作により、決済方法や請求先が確定する。最後に被贈答人が店員から商品を受け取ることにより、売買が成立する。

実際には、ギフト商品取扱い業者が、財布を出した方の利用者にその商品の代金を請求し、商品を渡された方の利用者にはその商品を送ることにより、贈答人から被贈答人へのギフト商品の贈答を行うことができる形態となる。もちろん、ギフト商品取扱い業者が被贈答人に送る商品は、仮想の商品ではなく、本物の商品である。

図6は、ステップ210において、贈答人に係るアバターが被贈答人に係る

アバターに贈答品を贈るところを示している。図7は、仮想店舗内のレジにて精算が行われているところを示す（ステップ220）。

図8は、デートではなくお見合いにおいて、贈答を行うフロー図である。ステップ300では、複数の利用者が通信ネットワークに接続されているのはステップ100と同様である。ステップ310では、お見合いをする男女が同じグループIDを有していることが確認される。ステップ320～340は、ステップ120～140と同様のステップであり、お見合いをする男女の趣味や嗜好や記念日を基にして、好適な商品情報が求められる。

ステップ350では、ステップ150と同様に、当該利用者専用の専用の仮想店舗が作成され、利用者専用の仮想店舗に入ることができる。ステップ360では、利用者が仮想空間上でメッセージ交換している内容を認識し、当該男女に好適な商品情報が求められる。また、相性占いの仮想店舗などが設けられ、この結果が参照されてもよい。好適な商品情報が求められれば、当該利用者の専用仮想店舗内の商品が限定されたり、拡張されたりされる。

ステップ380において、ステップ170と同様に、仮想店舗に入り、希望商品があるかどうかを確かめる。贈答したい商品もしくは贈答されたい商品が見つければ、ステップ200に進み、仮想空間での商品の贈答が行われる。贈答したい商品もしくは贈答されたい商品が見つからなければ、ステップ350に戻り、再度チャットが行われ、好適な商品が提案される。

ステップ200以降は、図2で説明したステップと同じであるので、説明は省略する。このように、本発明のオンラインギフト方法は、お見合いをしている男女間の贈答にも好適である。

更には、ギフト商品取扱業者が、交換し合っているメッセージを基にして、各利用者に対する好適なギフト商品を選択することができる。ある利用者にとって好適なギフト商品を選択する際には、ギフト商品取扱業者が蓄積したデータを利用することにより、その人に対する好適なギフト商品情報を、一層確かなものとすることができる。

特に、このギフト商品情報を、他の利用者に提供することもできる。例えば、女性の利用者に関する好適なギフト商品情報を、男性の利用者に提供すると、

男性の利用者は、その情報を基にして女性の利用者に喜ばれるギフト商品を購入することができる。そのため、このお見合いが成功する可能性が高まる。また、ギフト商品取扱い業者にとっても、ギフト商品が売れるので、メリットがある。従って、利用者のみならず、ギフト商品取扱い業者にとってもメリットが大きい。

被贈答人が通信ネットワークに接続していなくても、贈答人が好適な商品群を指定して、被贈答人に当該商品群から贈答を希望する商品を選択する方法を採用することができる。図9は、婚約者男女が結婚式場を選び、出席者への引き出物を贈答するフロー図である。したがって、婚約者男女が贈答人で、出席者は被贈答人である。

本発明では、前述のように、利用者（婚約者男女）は登録していることが好ましい。登録することにより、その利用者専用のホームページが作成されてもよい。このように、利用者専用のホームページが設けられると、仮想空間を有効に利用することができる。

登録に際しては、各利用者に関する情報（例えば、氏名又は名称、住所又は居所、電話番号、電子メールアドレス、クレジットカード等のカード情報など）を登録することができる。

ステップ400において、婚約者男女が通信ネットワークを介して仮想空間を共有する。この仮想空間では、結婚式場が設けられていることが好ましい。カップルである利用者に係るアバターが仮想結婚式場に入ると（ステップ410）、画面はその仮想結婚式場内の画面に変わり、この仮想結婚式場で結婚式を体験しながら、結婚式場を選ぶことができる（ステップ420）。疑似体験では、結婚式の飾り付け、音楽、料理など細部においてまで好みに応じて指定し、結婚式を体験できる。

ステップ430以降では、疑似体験後、体験した結婚式などから、婚約者のアバターが引き出物を選ぶ。ステップ430では、出席者に関する情報（年齢、性別、趣味、嗜好など）が入力される。もちろん、予め入力されてもよい。ステップ440では、当該出席者に好適な商品群が選択される。商品群は、仮想空間内の仮想店舗内にあれば、アバターは仮想店舗内に入り、仮想店舗内に設

置されている仮想商品を、利用者は見ることができる形態とすることができる。仮想店舗内で、婚約者男女のアバターが動き、商品を手にとって、どの商品が欲しいのか会話しつつ、商品を選択することができる。もしくは、商品群のリストが表示されたり、商品群の写真が表示されたりして、好みの商品をクリックすることにより選ぶこともできる。

なお、本発明の方法では、ギフト商品取扱い業者は、擬似体験したの結婚式の形態に応じて、引き出物として好適なお勧め商品を提案することができる。このようなお勧め商品としては、種々のデータを蓄積することにより、より豊富な商品群からその人に適した好適な商品を提案することができる。

お勧め商品としては、1つの商品だけではなく、複数の商品からなる商品群を提案することができる。お勧め商品として、お勧め商品群が提案された場合、贈答人は、相手が気に入ると思われる商品群から、相手が最も気に入ると考える商品を単数又は複数選択することができ、贈答人の考えもギフト商品の中に取り込むことができる。

なお、本発明では、贈答人は複数のギフト商品を選択して、その中から、被贈答人に気に入ったギフト商品を選択してもらう方法を採用することが好ましい。すなわち、贈答人は、被贈答人に気に入ったギフト商品を選択してもらうためのギフト商品群を選択することが好ましい。

ギフト商品群情報だけでなく、被贈答人情報（氏名、住所、電話番号、電子メールアドレスなど）や送信情報（ギフト商品取扱い業者に関する電子メールアドレス情報が含まれている）などの情報も含めることができる（ステップ450）。

ステップ460では、少なくとも贈答人が選択した商品群情報、被贈答人情報、送信情報が記録されたCD-ROM等の大容量記憶媒体（他には、CD-R、CD-RW、MO等がある）が作成される

ギフト商品取扱い業者は、贈答人からギフト商品群の注文を受けると、そのギフト商品群に関する情報（ギフト商品群情報）が含まれているCD-ROMを、被贈答人に送付される（ステップ470）。結婚式の時に、贈答人に渡される形態であってもよい。

また、贈答人は、商品の購入に際してメッセージの付加を申し込むことができる。このような形態では、ギフト商品取扱い業者がその商品を送る前に（例えば、商品の申し込みとともに）、贈答人が商品に付けるメッセージをギフト商品取扱い業者に知らせることにより、メッセージ付のCD-ROMを贈答人に渡すことができる。

被贈答人は、当該CD-ROMの内容をパソコンなどで読むことにより、贈答人の選択した商品群から好きな商品を選ぶことができる。

CD-ROMに被贈答人情報が含まれていると、ギフト商品群の中から気に入ったギフト商品に関するギフト商品情報をギフト商品取扱い業者に送信するときに、被贈答人は自分自身の氏名や住所などを自ら記載などをしてギフト商品取扱い業者に知らせなくてもよく、被贈答人の煩わしさを低減することができる。また、被贈答人側による記載ミスなどを生じさせない。

一方、ギフト商品取扱い業者は、必ず、被贈答人に関する情報を受け取ることができる。

また、CD-ROMにギフト商品取扱い業者に関する電子メールアドレス情報を含む送信情報が含まれていると、被贈答人はギフト商品情報をギフト商品取扱い業者に送信する際の煩わしさやミスを無くすことができる。すなわち、被贈答人は、受け取ったCD-ROMを、通信ネットワークに接続しているコンピュータの所定の位置にセットし、CD-ROMに含まれているギフト商品群のデータを表示画面上に表示させて、そのギフト商品群の中から気に入ったギフト商品を選ぶのであるが、その際に、表示画面上の気に入ったギフト商品をマウスを用いたクリック等により選択するだけで、そのギフト商品情報をギフト商品取扱い業者に通信ネットワークを用いて送信することができる。この場合、被贈答人情報もCD-ROMに含まれていることが好ましい。

従って、婚約者男女がたとえ離れた場所にいても、結婚式場を体現しながら、2人で一緒に欲しい物を目で見えて探し、会話しながら出席者に対する引き出物を決めることができる。

以上は、仮想空間によるオンラインギフト方法について述べたが、オンライン商品販売方法にも適用できる。

図10は、出産を控えた夫婦が仮想空間で様々な疑似体験を体験しつつ、出産関連商品を購入するフロー図である。ステップ500では、当該夫婦が通信ネットワークを仮想空間を共有している。

妊婦とその夫とが、本発明のオンライン出産関連商品販売方法を利用する場合、仮想空間には、妊婦の利用者が妊婦風のアバターを、男性の利用者が男性風のアバターを用いて、出産過程を体験することができる。この2人のアバターが、仮想空間としてのバーチャルタウン内で、出産関連商品を選んで購入することができる。

ステップ510では、夫婦が仮想空間内で出産過程を体験する仮想施設（例えば産婦人科医院など）に入る。ステップ520では、体験する出産過程としては、特に制限されないが、妊娠後～出産後数年程度における種々の状況が挙げられる。具体的には、例えば、出産前としては、家庭でのラマーズ法の練習状況、家庭での産気づいたときの状況、病院での入院時の状況、出産直前の状況などが挙げられる。また、出産後としては、出産直後の状況、家庭内での育児の状況、赤ちゃん（乳児）との散歩の状況、赤ちゃんと自動車に乗った時の状況などが挙げられる。

なお、アバターがラマーズ法の練習を行うのではなく、ラマーズ法の練習方法を示したビデオを利用者が見ることにより、ラマーズ法を練習することもできる。

なお、出産後に体験する状況では、赤ちゃんのアバターが設けられている。この赤ちゃんのアバターは、いずれか又はすべての利用者が操作することができる構成とすることができる。また、利用者は操作することができず、自動的にコンピュータにより操作される構成とすることができる。

このように、出産過程（出産前後）を体験しながら、出産に関連する商品
を認識することができる。そして、出産に必要な商品を、出産過程を体験しな
がら、購入することができる。

出産に関連する商品（出産関連商品）としては、乳児用肌着、乳児用衣服、乳児用靴下、乳児用帽子、ブランケット、よだれかけ、ほ乳瓶、おしゃぶり、がらがら、おくるみ、歯がため、お風呂用人形、乳児用ブラシ、乳児用コーム、

乳児用スプーン、乳児用フォーク、ウォッシュハンドタオル、乳児用歯磨きカップ、乳児用歯磨きリッド、ホイッスル、おまる、ぬいぐるみ、絵本、育児用ビデオ、乳児用ビデオ、へその緒及び／又は乳歯保存用容器等が挙げられる。

疑似体験中に商品が提案される（ステップ550）が、ステップ530では、既に登録されている夫婦に関する情報が参照され、ステップ540では、疑似体験中のチャットの内容（ステップ540）が参照され、疑似体験で必要と感じた商品とを考慮して、好適な商品情報を提案する。夫婦の登録事項として、例えば、趣味、嗜好、記念日、欲しい物、自分の好みや興味ある物や自分の好みのキャラクターやブランド、好きな動物、好きな花、好みの色などが好適である。また、出産関連商品取扱い業者が用意した質問事項に答える内容が考慮されてもよい。さらには、出産関連商品取扱い業者のデータベース（商品に関するデータベース、心理テストに関するデータベースなど）を利用されてもよい。

このような形態を採用することにより、利用者にとって適した商品がすぐに見つかる形態とすることができる。

商品の提案は、商品のリストを提示したり、写真を表示したりすることで行われる。提案された商品の中から好みの商品が見つかりその商品を購入したいと思った場合、アバターがその商品を試すことができてもよい。

ステップ570では、気に入った商品があれば購入し、気に入った商品がなければ、ステップ550に戻りさらに商品選択が行われる。

ステップ580では、アバターの動作により、商品の精算が行われる。すなわち、ステップ570において、コウノトリなるアバターが仮想商品を運んできて、夫婦であるアバターが当該商品を試用し、コウノトリに購入する意思を伝えることにより、商品を購入する形態とすることもできる。

利用者は、その商品に係るラッピングを指定することができる構成を採用することができる。

もちろん、出産関連商品取扱い業者が利用者に配達する商品は、仮想の商品ではなく、本物の商品である。

なお、ステップ510において、様々な仮想空間を提供することができる。

例えば、仮想空間内に、ドクター相談室が設けられていてもよい。すなわち、アバターがドクター相談室に入ると、画面が、ドクターなる仮想人物がいるドクターの部屋の画面になる。そして、アバターがドクターなる仮想人物に種々の質問を相談すると、ドクターなる仮想人物がその質問に答える構成とすることができる。

また、夫婦の写真を、本発明の方法を利用したシステムに係るコンピュータ（特に、サーバー）に送ることにより、アバターの顔をその夫婦の顔とそっくりまたは同じにすることができる。

特に、夫婦の写真を、本発明の方法を利用したシステムに係るコンピュータ（特に、サーバー）に送ることにより、その夫婦の赤ちゃんとして想像される赤ちゃんの合成写真を表示するサービスを採用することができる。このように、想像ではあるが、赤ちゃんの合成写真を表示するサービスを提供すると、夫婦である利用者は、一層身近なものに感じ、出産関連商品を販売促進につながると思われる。

以上説明したように、本発明のオンラインギフト方法は、コミュニケーションと販売とが融合されている。従って、利用者がたとえ離れた場所にいても、2人で一緒に欲しい物を目で見て探し、会話しながら決めることができる。